

台所用洗剤を購入した消費者の目に 洗剤が (第7回)

消費生活相談員から受けた商品テストを紹介する。

相談の概要

台所用洗剤のボトルで、吐出口を下向きにした状態で洗剤を吐出するものだが、下向きでは洗剤が出なかった。そこで、相談者は吐出口を上向きにして様子を見ようとしたところ、ボトル本体を押してしまい、洗剤が噴出し目に入った。相談者は事業者のお客様相談室に連絡したが、電話口で「担当部門に伝えます」と答えるのみで、今後の対策について何の答えもなかった。

商品テスト

(独)国民生活センターでテストを実施した。苦情同型品の吐出口を下向きにした状態(通常の使用方法)で洗剤を吐出させるテストを行ったが、吐出ししない現象は再現されなかった。苦情品の吐出口は一般的な台所用洗剤のプッシュプルキャップのような機構ではないが、吐出口を上向きにした状態でボトル本体を押すと、洗剤が吐出することが再現された。テストでは、洗剤は高さ約53cm～100cmまで吐出され、相談者の目に洗剤が入った状況が再現された。また、商品には、吐出口を上向きにした状態でボトル本体を不用意に押すと洗剤が吐出することに関する注意表示はなかった。

処理結果

テスト結果を受けて、相談員が事業者に当現象の確認を行い、ボトル形状の変更あるいは注意表示の記載について検討し、結果を報告するよう事業者に依頼した。しかし、事業者の回答は「担当部門に伝えている」「当社は量的・質的に商品の安全性について確認している」と答えるのみで、検討結果や、今後の対策について具体的な回答は得られず、相談者に回答した内容と変わらなかった。

また、相談員から事業者に、「今回の相談結果を消費生活センターで記録しており、今後同様の事故があった場合に、想定外の事故とはいえない、知らなかったとはいえない可能性がある」と伝えた。事業者は今回の相談内容を相談者の誤使用として判断しているようだが、例えば、洗剤の詰め替え時にボトルを上向きにすることもあり、その際に本体を誤って押してしまうという行為は充分想定できるので注意表示をつけることを検討してはどうか、と伝えた。

今回の事業者は、消費生活センターに対して相談者に対する回答と同じ内容を繰り返すのみであった。事業者側からすると、SNSなど、さまざまな手段で情報発信ができる時代であるため、消費者に対し慎重な対応をしていたのかもしれない。

消費生活センターでは商品テストの結果を踏まえて、事業者に対して事故防止に向けた助言などを行っている。事業者には消費生活センター等からの助言を真摯に受け止め対応することを期待する。